



Agrarmarketing  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.

# REPORT

Wir schaffen Verbindungen.

1-2014



BioFach 2014 in Nürnberg

Mitglieder und Fördermitglieder berichten

Aus dem Vereinsleben

Mecklenburg  
Vorpommern   
*MV tut gut.*

## “Einen Vorsprung im Leben hat, wer anpackt.”

John F. Kennedy



Agrarmarketing  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.



Liebe Mitglieder,  
sehr geehrte Fördermitglieder  
und Kooperationspartner,  
liebe Leserinnen und Leser,

Ich mag den Spruch von John F. Kennedy, den er vor gut 50 Jahren, kurz vor seinem tragischen Tod, gesagt hat. An Aktualität hat dieser Spruch dennoch bis heute nichts verloren. Im Gegenteil: Für uns im AMV ist er Aufruf und Programm zugleich.

Wir packen an. Wir, das sind inzwischen

62 Mitgliedsunternehmen und 37 Fördermitglieder sowie 8 Kooperationspartner. Eine intakte Gemeinschaft von 107 Partnern, die ein Ziel verfolgt: die Stärkung der Ernährungswirtschaft. Und da haben wir Beachtliches vorzuweisen. Mit einem Anteil von ca. 39 Prozent sind wir die umsatzstärkste Branche innerhalb des verarbeitenden Gewerbes. Ein Ergebnis, das wir nur erreicht haben, weil jeder von uns anpackt, Tag für Tag, immer und immer wieder. Das fühlt sich gut an. Und noch mehr ist durchaus möglich.

Gegenwärtig sind wir dabei, mit den Landkreisen Kooperationsvereinbarungen zu treffen und unser Standing in der jeweiligen Region weiter zu stärken. Funktionierende Netzwerke sind das A und O. Dafür brauchen wir neue Mitstreiter. Und wir werden sie finden. Unser guter Ruf bei den Verbrauchern ist der Wegweiser. Ob Bäcker, Fleischer, Fisch- oder Milchverarbeiter, Gemüsebauer, Getränkepezialist, wir alle sind in der Region fest verwurzelt. Qualität hat einen Namen

und der heißt: Made in Mecklenburg-Vorpommern.

Für uns alle, die wir aktiv an der weiteren Leistungssteigerung der Branche beteiligt sind, bedeutet das, noch aktiver, wo immer sich die Gelegenheit dazu bietet, für den AMV, für unser Bündnis, einzutreten. Dafür bieten sich vor allem auch auf den zahlreichen Messen, die wir als AMV im Auftrag des Landes organisieren, zahlreiche Möglichkeiten: Ob auf der BioFach, während der Markterkundung im März in Finnland, unserem nun schon traditionellen Branchentag oder im Mai während der PLMA, um nur 4 Beispiele zu nennen.

Gemeinsam werden wir das schaffen, und nur gemeinsam sind wir stark. In diesem Sinne wünsche ich uns allen ein gesundes und erfolgreiches 2014.

Ihr Günther Neumann

## Wir begrüßen neu in unserem Verein

### als Mitglied:



MÖWE Teigwarenwerk GmbH

### als Fördermitglied:



Hochschule Neubrandenburg  
University of Applied Sciences

Hochschule Neubrandenburg



RBS RoeverBroennerSusat  
Advisions GmbH & Co. KG

### als Kooperationspartner:



Landeshauptstadt Schwerin



Landkreis Rostock



Landkreis Vorpommern-Greifswald

# BioFach 2014 – Trend zu Bio ist nachhaltig? Branche trifft sich in Nürnberg

Wie ernähren wir uns künftig optimal? Einmal mehr trifft sich die internationale Biobranche in Nürnberg, um auf diese Frage die passenden Antworten zu geben. Eine einzige wird es nicht geben, dafür ist die Thematik einfach zu vielfältig und das Angebot riesengroß.

2.400 Aussteller aus aller Welt stellen ihre neuesten Entwicklungen vor. Der Trend zu Bio ist nachhaltig. Die daraus erwachsenden künftigen Aufgaben verbinden sich aufs engste mit einer ökologischen und damit zugleich nachhaltigen Produktion. Hier ist vor allem auch die Politik rund um den Globus gefragt. Ohne langfristig angelegte konstante Rahmenbedingungen für den Bio-Landbau werden die angestrebten Ziele weltweit nicht zu erreichen sein. Das gilt auch und nicht zuletzt für die deutschen Biobauern. Nur langfristig

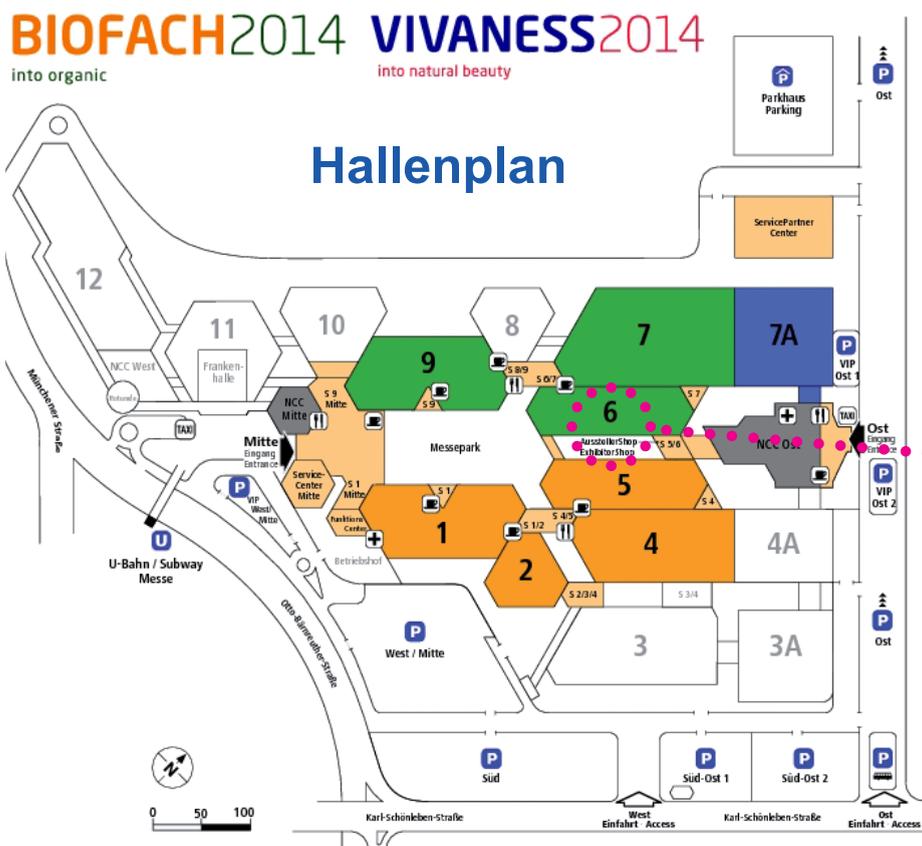
und damit verlässlich angelegte Rahmenbedingungen werden weitere Landwirte veranlassen, auf Bioproduktion umzustellen bzw. weiterhin nach strengen ökologischen Richtlinien zu wirtschaften.

Die Verbraucher honorieren eine solche Entwicklung. 2013 wurden die Rekordwerte von 2012 nach ersten Berechnungen noch einmal überboten. Vor Jahresfrist war ein Jahresumsatz von 7 Milliarden Euro erzielt worden. Ein Plus von 6 Prozent gegenüber 2011. Doch Insider warnen bereits davor, dass diese positive Entwicklung zunehmend ins Stocken geraten wird. Deutliches Anzeichen dafür ist die Tatsache, dass die ökologisch bewirtschafteten Flächen hierzulande weniger dynamisch wachsen als in den Jahren zuvor. Deutschlandweit waren im vergangenen Jahr rund 35.000 Erzeuger, Ver-

arbeiter und Aufbereiter, Importeure und Handelsunternehmen im Bio-Bereich aktiv.

Besonders engagiert beim weiteren Ausbau der Branche sind in Europa die Franzosen. Im Nachbarland wurden zuletzt zumeist alljährlich zweistellige Zuwachsraten erreicht, dies vor allem auch durch die tatkräftige Unterstützung der Regierung. Auch in Italien hat die Bioanbaufläche längst die 1-Million-Hektar-Schwelle überschritten. Und auch die USA halten Schritt. Vorteil hier wie da ist, dass die Händler erklären können, wie ihre Produkte entstanden sind und welche ökologischen und sozialen Komponenten mit hineinspielen.

Das Vertrauen der Konsumenten in Bio-, Regio- und Fair-Trade-Lebensmittel ist trotz einiger Skandale in jüngster Zeit nach wie vor ungebrochen.



- Bio-Lebensmittel, Schwerpunkt internationale Unternehmen
- Bio-Lebensmittel, Schwerpunkt deutsche Unternehmen

**Mecklenburg Vorpommern**  
*MV tut gut.*  
**Gemeinschaftsstand Mecklenburg-Vorpommern, Stand 6-125 und 6-225**

- VIVANESS Naturkosmetik
- Kongress / Foren
- Service

## BIOFACH ist eine der wichtigsten Messen für Mecklenburg-Vorpommern



Liebe Leserinnen und Leser,

die BioFach begeht 2014 ein Jubiläum! Zum nunmehr bereits 25. Mal trifft sich die Branche in Nürnberg.

Die Messe hat sich zur unumstrittenen Weltleitmesse der Bio-Branche entwickelt. Sie ist eine sehr internationale Messe. Mehr als zwei Drittel der etwa 2.500 Ausstellerinnen und Aussteller kommen aus dem Ausland. In Nürnberg werden Neuheiten präsentiert, hier informiert man sich über Entwicklungen und Trends und hier werden Geschäftskontakte angebahnt und gepflegt. Die BioFach ist ein Muss in der Bio-Branche.

Für Mecklenburg-Vorpommern ist die BioFach eine der wichtigsten Fachmessen im Jahresverlauf, denn der ökologische Landbau genießt in der Agrarpolitik der Landesregierung in MV einen hohen Stellenwert. Ziel der Landesregierung ist eine Stabilisierung und Entwicklung des ökologischen Landbaus auf hohem Niveau. Zukünftig sollen 10% der landwirtschaftlichen Nutzfläche ökologisch bewirtschaftet werden, um so den wachsenden Bedürfnissen eines sich kontinuierlich entwickelnden Marktes Rechnung zu tragen.

Der in diesem Herbst erarbeitete und mir übergebene Masterplan für die Land- und Ernährungswirtschaft hat diese positive Einschätzung des öko-

logischen Landbaus bestätigt. Die Expertenkommission kommt zu der Auffassung, dass der ökologische Landbau für viele Unternehmen einerseits wirtschaftlich rentabel ist und zudem auch als Imageträger für das Land Mecklenburg-Vorpommern fungieren kann. Zu den zahlreichen Empfehlungen dieses Strategiepapiers zählen eine Stärkung der wissenschaftlichen Forschung in diesem Bereich und eine bessere Vernetzung. Diese Empfehlungen werden momentan durch die Landesregierung hinsichtlich ihrer Machbarkeit bewertet. In der 1. Jahreshälfte 2014 werde ich meine Einschätzung dessen, was im ökologischen Landbau in der kommenden Förderperiode umsetzbar ist, in die Diskussion einbringen.

Der Verein Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V. (AMV) bereitet seit mehreren Jahren im Auftrag des Landes die Gemeinschaftspräsentationen auf den wichtigsten Fachmessen der Ernährungsbranche vor. Sehr erfreulich ist, dass es für die BioFach eine so starke Präsentation des Landes mit einem Gemeinschaftsstand von 11 Unternehmen auf 228 qm in Halle 6 gibt.

Das Land fördert nicht nur den Auftritt der Unternehmen am Gemeinschaftsstand, sondern übernimmt auch vollständig die Kosten für einen von den Ausstellern nutzbaren Gesprächsbereich sowie eine Küche. Wir machen damit deutlich, dass Bio ein wichtiges Segment für die Erzeugung und Vermarktung von Produkten in Mecklenburg-Vorpommern ist und eine starke finanzielle Unterstützung des Landes erfährt.

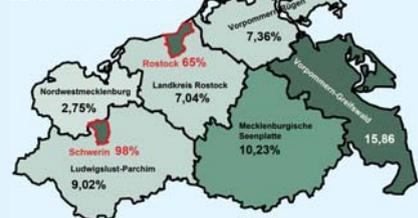
In MV werden ca. 20% des deutschen Bio-Schweinefleisches, 25% der Bio-Eier und 20% des Bio-Rindfleisches erzeugt. Der ökologische Landbau hat in Mecklenburg-Vorpommern einen seiner deutschen Produktionsschwerpunkte. Die Landesregierung unterstützt den weiteren Ausbau in allen Stufen der Produk-

tionskette etwa durch die Förderung von Futtermittelwerken oder den Aufbau einer Molkerei, um unnötige Transporte zu verhindern und regionale Stoffkreisläufe zu schließen.

Durch die Schaffung von Verarbeitungskapazitäten ist es somit gelungen, die Wegstrecken kurz zu halten und gleichzeitig Wertschöpfung im Land zu etablieren.

Auch wenn das Land MV nicht über die finanziellen und strukturellen Ressourcen süddeutscher Bundesländer verfügt, so hat der ökologische Landbau doch aufgrund der günstigen und kontinuierlichen Rahmenbedingungen der Landesregierung eine erfolgreiche Entwicklung genommen. Auch in der neuen Förderperiode soll und wird der ökologische Landbau bei der Ausgestaltung der Förderinstrumente einen besonderen Stellenwert einnehmen.

Anteil der ökologisch bewirtschafteten Flächen in den Landkreisen von MV



Ökologische Anbaufläche 2012

MV	124.682 ha	9,2%
Deutschland	1.034.355 ha	6,2%

Ich wünsche allen Ausstellerinnen und Ausstellern einen erfolgreichen und interessanten Messeverlauf und unseren Gästen am Gemeinschaftsstand viel Vergnügen mit den Produkten aus Mecklenburg-Vorpommern.

T:4 Backhaus

Dr. Till Backhaus  
Minister für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz des Landes Mecklenburg-Vorpommern

## MV mit Spitzenplatz im bundesdeutschen Ökolandbau

Mecklenburg-Vorpommern hat nach wie vor im bundesweiten Ökolandbau einen Spitzenplatz inne. Insgesamt bewirtschaften hierzulande mehr als 800 Unternehmen rund 123.000 Hektar. Das entspricht einem Anteil von 9,1 Prozent an der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche und gleichzeitig einem Plus von 40.000 Hektar allein in den vergangenen 15 Jahren. 2020 sollen es bereits 150.000 Hektar sein.

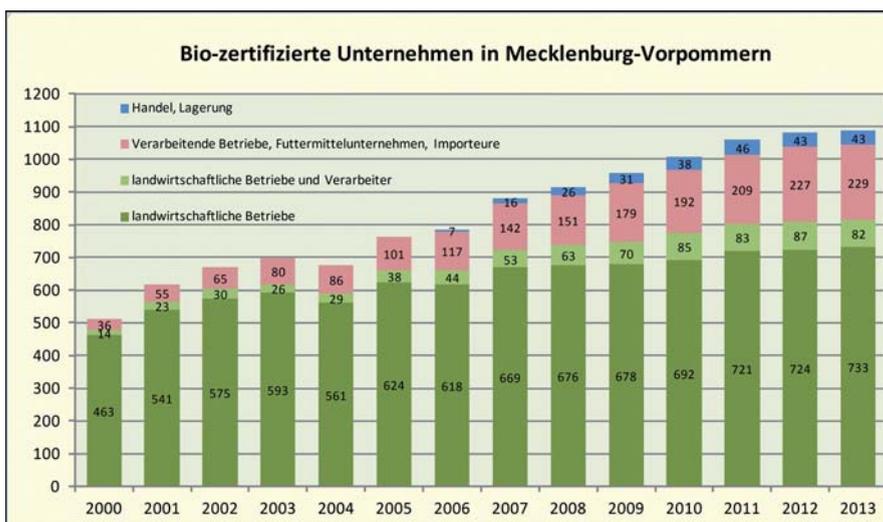
Gemeinsam mit Händlern, Verarbeitern und Futtermittelbetrieben sind in Mecklenburg-Vorpommern aktuell 1.087 Betriebe der Land- und Ernährungswirtschaft entsprechend der EG-Ökoverordnung zertifiziert. Vertreten sind Unternehmen aller Größenordnungen.

Insgesamt wurden allein im Rahmen des Agrarinvestitionsförderprogramms, kurz AFP, ökologisch wirtschaftenden Landwirtschaftsbetrieben seit 2007 Zuschüsse in Höhe von 16,5 Millionen € gewährt. Im Mittelpunkt des Interesses stand dabei der Aufbau komplexer Produktionsketten, um so vor allem auch die angestrebten regionalen Stoffkreisläufe zu fördern. Und das im engen Zusammenwirken mit der weiteren touristischen Entwicklung im Land. Aktuell sind beispielsweise bereits über 100 Restaurants und Cafés Bio-zertifiziert.

In diesem Zusammenhang darf nicht unerwähnt bleiben, dass trotz vielfältiger Förderung zwischenzeitlich immer wieder Landwirtschaftsbetriebe die Ökoproduktion aufgeben. Beim Biopark-Verband mit Sitz in Güstrow – mit 700 Mitgliedern einer der größten Interessenvertreter bundesweit – darunter auch Fleischer, Bäcker, Müller, Händler und Gastronomen – werden dafür als wesentlicher Grund die zu niedrigen Erzeugerpreise im Vergleich zu konventionell erzeugten Produkten genannt. Aber auch in der pflanzlichen und tierischen Erzeugung gibt es Reserven.

Im zuständigen Ministerium wurde deshalb auf Basis der zuletzt gemachten Erfahrungen das Strategiepapier aus dem Jahr 2005 grundlegend überarbeitet und für die neue Förderperiode, die in diesem Jahr in Kraft tritt, neu gefasst. Dabei geht es sowohl um eine verbesserte Beratung der Ökolandwirte als auch um gezielte Forschung, eine verbesserte Fruchtfolgegestaltung und letztlich auch um künftig höhere Ökopremien.

Zudem wurde eine Fortbildungsprüfungsordnung für den ökologischen Landbau erstellt.



## Aussteller unter dem Dach des AMV e.V.:

BEHR AG



Biopark Markt GmbH



biosanica Manufaktur GmbH



Erzeuger-zusammenschluss Fürstenhof



Fachverein Öko-Kontrolle e.V.



Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH



LFW Ludwigscluster Fleisch- und Wurstspezialitäten GmbH & Co. KG



Qualitätsfleisch-erzeugergemeinschaft "Weidehof" w.V.



Sanddorn Storchennest GmbH



Schwaaner Fischwaren GmbH



Störtebeker Braumanufaktur GmbH



## Schön, dass der Gemüse-Behr die Gemüswelt erklärt



Unter diesem Motto zusammengefasst soll den Konsumenten erklärt werden, was alles innerhalb der Kulturzeit, Ernte, Verpackung und Transport bis zum Supermarkt alles getan wird, um ein hochwertiges Produkt auf den Tisch zu bekommen.

„Wieso, weshalb, warum?“ Diese Frage unserer Kinder ist bekannt. Dass aber auch Erwachsene nicht auf alles eine Antwort haben, ebenso. Deshalb haben die Produzenten der Mecklenburger Ernte GmbH, die BEHR Gemüse-Garten GmbH und die Firma Bio Behr GmbH, eigene Informationsfilme produziert. „Vom Acker bis zum Tisch“ soll alles gezeigt werden, was auf dem Weg vom Feld bis zum Endverbraucher mit dem Gemüse passiert. In Mecklenburg-Vorpommern befindet sich der größte Teil der Produktionsflächen dieser Firmen.

Viele der von den Produzenten hergestellten Artikel sind mit einem QR-Code versehen, der es den Kunden ermöglicht, mehr Informationen über das Gemüse zu bekommen. Dazu zählen auch diese Filme, die aus einem Realfilm

und einem animierten Teil bestehen. Der Realfilmteil zeigt für jede Kultur die einzelnen Schritte von der Aussaat bzw. Pflanzung bis zur Ernte. Bauer Behr begleitet den Betrachter durch die Gemüswelt. Deshalb findet selbstverständlich das in Gresse, Gallin und Umgebung in Mecklenburg-Vorpommern produzierte Gemüse seine Berücksichtigung, so dass der Konsument einen guten Überblick über Düngungsmethoden, Pflanzenschutz und Standorte erhält. Dabei gibt es viele Zusatzinformationen, wie z.B. warum Vogelhäuschen und Insektenhotels so wichtig sind und was der Rapsglanzkäfer so treibt.

Wer kann es dem Konsumenten, dem eigentlichen Kunden der Gemüseprodukte, besser erklären, was auf dem Acker los ist, als der Bauer selbst.

Im animierten Teil spielen die Comicfiguren Bruno, Bio, Roberta und Rudi die Hauptrolle. „Bei Sonne, Wind und Regen tobt auf dem Feld das Leben“ singen sie am Schluss und das wird auch in vielen Folgen gezeigt. Bei jeder Kultur ist der Lebensablauf des Produktes kurz dargestellt und an-

schließend wird das Hauptthema behandelt. Auch die Probleme werden offen angesprochen, denn am Schluss singen die Comic Figuren „Dazu sag'n wir nur: So ist die Natur“.

Im Winter wurden gerade in Spanien Filme gedreht. Die Gemüse-Produktionsfirma Agrar Systems SA, im Gebiet um Murcia, ebenfalls eine Firma der Erzeugerorganisation Mecklenburger Ernte GmbH, hat den Anbau, die Ernte und den Transport nach Deutschland, Österreich und der Schweiz durch Bauer Behr erklären lassen.

Alle Filme sind auch auf der Homepage der BEHR AG (<http://behr-ag.com/de/unserefilme/unsere-produkte.html>), dem Vertragsvermarkter der Erzeugerorganisation Mecklenburger Ernte GmbH, zu sehen.

**BEHR AG**  
Parkstraße 2  
21220 Seevetal-Ohlendorf  
Tel.: 04185-7977732, Fax: -7977739  
[verkauf@behr-ag.com](mailto:verkauf@behr-ag.com)  
[www.behr-ag.com](http://www.behr-ag.com)

## Vitaminspender Sanddorn auf dem Vormarsch – Sanddorn Storchennest GmbH mit vielfältigem Angebot



Wer hätte es gedacht!? Sanddornbeeren haben einen siebenmal höheren Vitamin-C-Gehalt als Zitronen. Hinzu kommen wichtige Spurenelemente und Mineralstoffe. Weil Zitronen zu DDR-Zeiten ein rarer Importartikel waren, kamen vor allem Sanddornprodukte bei Erkältungskrankheiten zum Einsatz. Deshalb wird Sanddorn auch heute noch mitunter als „Zitrone des Ostens“ bezeichnet.

Größter Anbauer mit deutlich über 100 Hektar ist in Mecklenburg-Vorpommern die Sanddorn Storchennest GmbH in Ludwigslust. So groß wie die Plantagen, so vielfältig ist das Angebot an köstlichen Spezialitäten sowie an Naturkosmetik. Gern nehmen Besucher auch das Angebot an, am herzoglichen Schlosspark, in einer der letzten Fachwerkorangerien Europas, ihre eigene Sanddornseife herzustellen.

Ursprünglich war Sanddorn eine Wildfrucht. Dank vor allem des auch international anerkannten deutschen Zuchtexperten H. J. Albrecht ist das Vitaminwunder heute eine weltweit gefragte Kulturpflanze. Ständig werden neue, ertragreiche Sorten mit blassgelben über die klassischen orangefarbenen bis hin zu knallroten Früchten hervorgebracht. Bei Neuanpflanzungen greift

die Sanddorn Storchennest GmbH gern darauf zurück.

Bio ist bei diesem Gesundheitsspende am Ende das Tüpfelchen aufs „i“. Das Angebot der auf Basis des kontrollierten biologischen Anbaus erzeugten Produkte reicht von Säften über Wein, Liköre, Aufstriche, Konfitüren, Tees, Essige, Öle bis hin zu Fruchtschnitten und vielem mehr.



**Sanddorn Storchennest GmbH**  
Friedrich-Naumann-Allee 26  
19288 Ludwigslust  
Tel.: 03874-21973, Fax: -663244  
info@sanddorn-storchennest.de  
www.sanddorn-storchennest.de

## Das Auge kauft mit – Schwaaner Fischwaren mit neuem Biooutfit nach Nürnberg



Abfüllanlage Fischbällchen

Schlicht und dennoch sofort auffallend kommen die neuen Verpackungen für das vielfältige Bio-Angebot aus den Schwaaner Fischwaren daher. Im Mittelpunkt stehen die neu kreierten Banderolen. Das auch farblich interessant gestaltete Verpackungspapier ist ein absoluter Hingucker – besonders bei den Runddosen. Sozusagen eine

rundum runde Sache. Doch nach wie vor kommt es natürlich zuallererst auf den Inhalt an. Auch da wurde das Angebot noch einmal überarbeitet. Nahezu alles bei den Schwaaner Fischwaren ist inzwischen Bio. Das Gemüse, die Saucen, der Fisch sowieso. Und Regionalität ist angesagt. Was immer rund um Schwaan an Biozutaten zu haben ist, wird eingekauft. Allein beim Bioolivenöl für die beliebten Makrelen- oder auch Heringsfilets muss nach wie vor eine Ausnahme gemacht werden. Dafür passt das Klima im Zentrum Mecklenburg-Vorpommerns einfach nicht. Oder besser gesagt – noch nicht. Mal sehen, was der Klimawandel noch so alles mit sich bringt. Auf alle Fälle sind die einzigartigen Biokonserven aus dem Herzen Mecklenburgs schon mal da. Ob in der Dose oder im Glas – der Inhalt stimmt und das ist zuallererst auch eine Geschmacksfrage.

Gerade hat das bereits Anfang des vorigen Jahrhunderts gestartete Unternehmen sein 20-jähriges Neugründungsjubiläum gefeiert. Am 31. Januar 1994 sind die Schwaaner Fischwaren – rund 4 Jahre nach der politischen Wende – in ein neues Zeitalter gestartet. Und das mit nachhaltigem Erfolg, wie auf der BioFach anschaulich deutlich wird.



**Schwaaner Fischwaren GmbH**  
Niendorfer Chaussee 2  
18258 Schwaan  
Tel.: 03844-89010, Fax: -890125  
info@sywan.de  
www.sywan.de

## biosanica hat neue Produktion in MV erfolgreich gestartet!



Am 09.09.2013 eröffnete Ministerpräsident Erwin Sellering mit mehr als 200 Gästen die neue Produktionsstätte der biosanica Manufaktur GmbH am Pommerndreieck in Süderholz (Mecklenburg-Vorpommern). Direkt an der Autobahnausfahrt Grimmen-Ost entstand die derzeit wohl modernste Produktion für Trockenfrüchte in Europa. Unmittelbar nach der Eröffnung wurde sowohl die Bio- als auch die IFS-Zertifizierung erfolgreich bestanden.

Gleich der erste Monat im neuen Werk

sorgte für einen Rekord. Noch nie hat das Unternehmen so viele Bio-Äpfel zu Bio-Apfelchips bzw. Bio-Apfelchips oder Bio-Apfelwürfeln getrocknet wie im Oktober 2013. Der eigentlich geplante Lageraufbau gelang jedoch nicht, zu groß war die Nachfrage der bestehenden und zahlreichen neuen Kunden. Gerade die knusprigen Bio-Apfelchips erfreuen sich einer immer stärkeren Nachfrage, so dass auch weiterhin mit einer nahezu vollen Auslastung der Produktion gerechnet werden kann. „So lange wir Bio-Äpfel aus der Ernte 2013 bekommen können, werden wir auf diesem Niveau weiter produzieren“, so die Geschäftsführerin Monika Nätcher.

Neben den Bio-Apfelprodukten will biosanica in den nächsten Monaten auch



mit weiteren Früchten auf den Markt kommen. „Aufgrund der so großen Nachfrage nach unseren Bio-Apfelchips und Bio-Apfelwürfeln hatten wir noch keine Kapazitäten für weitere Früchte. Diese werden wir aber im Frühjahr 2014 zusätzlich schaffen, damit unsere Kunden weitere Angebote von uns erhalten können“.

Die positive Entwicklung am neuen Standort spiegelt sich auch in der Mitarbeiterzahl wider. „Schon heute beschäftigen wir mehr Mitarbeiter, als wir uns das gedacht hatten und sicherlich wird sich diese Entwicklung, durch Ausweitung unserer Produktion, auch in den nächsten Jahren positiv fortsetzen“.

**biosanica Manufaktur GmbH**  
**Pommerndreieck 3**  
**18516 Süderholz**  
**Tel.: 038326-53150, Fax: -531514**  
**info@biosanica.de**  
**www.biosanica.de**

## Störtebeker Whisky-Bier

Mit einem kräftig rauchigen Aroma reiht sich das Whisky-Bier als Neuauflage eines Liebhaberproduktes in das Sortiment der Störtebeker Braumanufaktur ein. Ein spezielles Brauverfahren und die Verwendung von britischem Whiskymalz ließen ein ganz besonderes Strong Ale reifen.

Britisches Whiskymalz, gedarrt über schottischem Torf, sorgt für die torfig-rauchigen Aromen. Caramelmalz, Gerstenmalz und Malzzucker lassen den bernsteinfarbenen kräftigen Körper entstehen und eine leichte Hopfung bringt die dezent aromatische Herbe, die den torfigen Whiskycharakter unterstreicht.



Auch das Störtebeker Glüh-Bier, als weitere wärmende Brauspezialität, konnte eine positive Resonanz verzeichnen: In seiner dritten Auflage hat sich der Absatz im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt. „Ein Genusserebnis abseits ausgetretener Geschmackspfade, das ist das große Ziel bei all unseren Brauspezialitäten“, erklärt Frank Lucas, Leiter der Qualitätssicherung und ebenfalls Biersommelier.



Christoph Puttnies, Leiter Bierherstellung (rechts) und Frank Lucas, Leiter Qualitätssicherung (links) präsentieren die winterlichen Brauspezialitäten der Störtebeker Braumanufaktur.

„Eine ganze Weile haben wir an der Rezeptur gefeilt, bevor wir uns an diese Neuauflage im Sudhaus wagten“, verrät Christoph Puttnies, Leiter Bierherstellung und Biersommelier. Doch das Experimentieren hat sich gelohnt, der Erfolg bei Bierkennern und Neugierigen ist groß.

**Störtebeker Braumanufaktur GmbH**  
**Greifswalder Chaussee 84 - 85**  
**18439 Stralsund**  
**Tel.: 03831-255251, Fax: -255513**  
**info@stoertebeker.com**  
**www.stoertebeker.com**

## BIO-Lust - Spitzenqualität aus Ludwigslust



Die LFW Ludwigsluster Fleisch- und Wurstspezialitäten GmbH & Co. KG, Mecklenburger Traditionsunternehmen seit 1892, begann im Jahr 2003 gemeinsam mit der Erzeugergemeinschaft Weidehof zunächst als Produzent und Dienstleister für renommierte Babykostproduzenten und hat sich heute zu einem der bedeutendsten Anbieter für hochwertige BIO-Fleisch- und Wurstspezialitäten in Deutschland etabliert.

Angeboten werden neben dem klassischen BIO-Frischfleisch-Sortiment auch SB-Fleisch-Produkte, die auf den landwirtschaftlichen Erzeuger des angebotenen Fleischstückes verweisen sowie ein umfangreiches BIO-Wurstprogramm, welches sich von Thekenaufschnitt, -schinken oder -salami bis hin zu SB-verpackten Mini-Wienern, Salamisticks und Würstchen im Glas erstreckt.

Das Bio-Qualitätsfleisch für BIO-Lust stammt ausschließlich von deutschen Tieren regionaler Herkunft, wird persönlich durch Mitarbeiter der Erzeugergemeinschaft ausgesucht und bis zur Lohnschlachtung begleitet und überwacht, bevor es zur Verarbeitung in Ludwigslust übergeben wird.

## Ein Jahr haehnlein



Haehnlein steht für die nachhaltige Aufzucht von Eintagsküken als Hahn und Henne. Dabei steht für die Marke aus Mecklenburg die zeitintensive Haltung männlicher Tiere aus Legerassen im Fokus. Zusammen mit ihren Schwestern bilden sie eine ethisch und ökonomisch

sinnvolle Einheit, denn wirtschaftlich werden haehnlein erst durch den Verkauf der Eier ihrer Schwestern zu einem etwas höheren Preis.

Das haehnlein erreicht nach 4 Monaten ein Gewicht von 2,5 kg. Der Verbraucher kann neben der 6er KVP Eiern zwischen einem ganzen Hahn, 2 Keulen, 2 Filets oder 4 Flügeln wählen. Dieses Kon-

zept ist wirtschaftlich tragbar und funktioniert sowohl im Naturkostfachhandel als auch in großen Verbrauchermärkten und im inhabergeführten LEH. Zur Absatzförderung werden aufmerksamkeitssteigernde Aufsteller und Handzettel zur Verfügung gestellt.



Dort gewährleisten Fachkompetenz in Sachen Fleisch und eine über 100jährige Tradition im Wurstmachen, gepaart mit besten Rohstoffen, modernster Technologie und absoluter Hygiene- und Qualitätsüberwachung höchste Fleischqualität und erlesene Spitzenprodukte, die sowohl national als auch international gefragt sind.

BIO-Lust aus Ludwigslust – jedes Mahl ein Genuss!

**LFW Ludwigsluster Fleisch- und Wurstspezialitäten GmbH & Co. KG**  
Bauernallee 9  
19288 Ludwigslust  
Tel.: 03874-42200, Fax: -21016  
info@lfw-ludwigslust.de  
www.lfw-ludwigslust.de



Dem Bio-Erzeugerzusammenschluss ist es dabei wichtig, andere Eier nicht abzuwerten, sondern sachlich über den Hintergrund der haehnlein-Produkte zu informieren. Das Konzept findet beim Verbraucher eine gute Akzeptanz. Mehr Informationen erhalten Sie auf der BioFach in Halle 6, Stand 6-125 oder unter [www.ez-fuerstenhof.de](http://www.ez-fuerstenhof.de).

**Erzeugerzusammenschluss Fürstenhof**  
Fürstenhof 15  
17179 Finkenthal  
Tel.: 039971-31720, Fax: -317256  
info@eg-fuerstenhof.de  
www.ez-fuerstenhof.de

## 2014: Food Ingredients und Fischwirtschaft im Fokus



Wirbelschichtanlage – SternMaid

Die Ernährungsbranche ist mit einem Jahresumsatz von ca. vier Milliarden Euro eine der tragenden Säulen der Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern. In den vergangenen Jahren hat sich das nordöstlichste Bundesland als Herstellerland von Food Ingredients (Lebensmittelzusatzstoffe) weit über die Grenzen hinaus einen Namen gemacht. Unternehmen wie Anklam Extrakt, die aktuell ihre Produktionsstätte erweitern, Prolupin, die ihre Produktion 2013 in Grimmen gestartet haben, SternMaid, Cargill Deutschland oder SprayCom sind hier Beispiele für er-

folgreiche Firmenansiedlungen.

Auch die Fischwirtschaft wird 2014 in der Akquisitionsstrategie der Invest in MV GmbH, der Wirtschaftsförderung für das Land Mecklenburg-Vorpommern, von besonderer Bedeutung sein: Wer hier Aquakultur betreiben will, trifft auf eine äußerst starke Forschungsinfrastruktur und zahlreiche Gewerbetreibende, die auf jahrelanges Know-How zurückgreifen können.



Störe – Landesforschungsanstalt für Landwirtschaft und Fischerei – Versuchsstation Born

Die Invest in MV konnte bereits viele



Unternehmen der Lebensmittelindustrie bei ihrer Ansiedlung begleiten. Aktives Standortmarketing ist dabei zentraler Bestandteil aller Tätigkeiten: So wird aktuell eine werbewirksame Publikation zu attraktiven Aquakultur-Standorten in Mecklenburg-Vorpommern produziert.

Treffen Sie uns auch in diesem Jahr auf der BioFach 2014 in Halle 6/6-225. Daneben wird die Invest in MV 2014 u.a. Investorenveranstaltungen in Bologna (19.03.2014, UniCredit – Palazzo Magnani, Via Zamboni 20, Bologna, Italien) sowie in den Benelux-Ländern organisieren.

**Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH**  
Schlossgartenallee 15  
19061 Schwerin  
Tel.: 0385-592250, Fax: -5922522  
info@invest-in-mv.de  
www.invest-in-mv.de

## Bio- und Fairtrade-Kompetenz bei J.J.Darboven - Die perfekte Verbindung von Verantwortung und Genuss



Neben der Verpflichtung zu höchster Qualität ist vor allem die soziale und ökologische Verantwortung ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensphilosophie von J.J.Darboven.

Der Heißgetränkesspezialist führt bereits seit 1993 als einer der ersten Lizenznehmer Fairtrade-Kaffee im Sortiment. Der Fairtrade-Klassiker Café Intención ist im Lebensmittelhandel

und in der Gastronomie auch in Bio-Qualität erhältlich. Zudem bietet J.J.Darboven für die Gastronomie mit Café Verde einen hochwertigen Bio-Kaffee an und mit Mövenpick CORAZÓN ist ein Premium-Kaffee erhältlich, der sowohl Bio- als auch Fairtrade-zertifiziert ist.



Im Sortiment von EILLES TEES stehen dem Gastronomen in einer umfassenden Bio- und Fairtrade-Auswahl

vielfältige Varianten zur Verfügung. Im Bereich Trinkschokolade runden zwei Biovarianten das nachhaltige Angebot ab. Die Sorten haben einen Kakaoanteil von mindestens 30% beziehungsweise 20% und sind ebenfalls Fairtrade-zertifiziert und mit dem EU-Bio-Siegel ausgezeichnet.



**J.J.Darboven GmbH & Co. KG**  
Pinkertweg 13  
22113 Hamburg  
Tel.: 040-733350, Fax: -73335121  
info@darboven.com  
www.darboven.com

### Land Fleesensee hat den 7. Sinn – den Sinn für Grün!



im Golf & Country Club Fleesensee käuflich erworben werden und ist ein beliebtes Souvenir der Gäste.

#### Natürlicher Genuss – von Hand gepflückt

Erstmalig wurden im Jahr 2013 die zahlreichen Apfel- und Birnenbäume rings um das Golfclub-Areal in einem besonderen Mitarbeiter-Event von Hand geerntet und persönlich zur nahegelegenen Mosterei gefahren. Die Bio-Direktsäfte kommen ohne künstliche Zusätze aus und sind in den Sorten Apfel, Birne und Apfel-Birne erhältlich. Zur kühlen Erfrischung mit Eis servieren oder für den heißen Genuss mit Zimt und Honig erhitzen – ein Hochgenuss zu jeder Jahreszeit und eine beliebte Erinnerung der Land Fleesensee-Gäste an ihren Aufenthalt.

Grün bedeutet für Nordeuropas größtes Ferienresort mehr als eine Farbe. Alle sechs Resort-Partner, darunter vier Hotels, ein Golfclub und ein Day-Spa, beteiligen sich und ziehen an einem grünen Strang.

Strenge Kontrollen und Auflagen werden durch entsprechende Zertifizierungen bestätigt, durchgeführt vom TÜV Rheinland. Die Standards der ISO 14001 werden umgesetzt und jeder Mitarbeiter leistet seinen Beitrag

und geht mit offenen Augen durch die Betriebe und das Resort, denn jeder trägt eine Verantwortung gegenüber der Umwelt.

#### Der Golfplatz-Honig

stammt zu 100% von den Wiesenflächen der Golfplätze im Land Fleesensee und den angrenzenden Flächen. Vom heimischen Imker – ein Produkt der Natur! Der Golfplatz-Honig kann

**Land Fleesensee Service GmbH**  
Tannenweg 1  
17213 Göhren-Lebbin  
Tel.: 039932-800101, Fax: -800102  
kontakt@fleesensee.de  
www.fleesensee.de



### „Das Beste im September“ in Mühlengiez

Wenn die Romantiker den Herbst herbeisehen, die letzten Sommerurlauber aus den beliebten Ferienzeilen heimkehren, wenn die Bauern ihre Felder pflügen und neu bestellen, dann ist „MeLa-Zeit“.

Aber was ist die MeLa eigentlich? Die Messe hat sich in Norddeutschland zu einem festen Begriff etabliert und steht für die jährliche Fachausstellung für Landwirtschaft und Ernährung, Fischwirtschaft, Forst, Jagd und Gartenbau. Jedes Jahr gelingt es den Veranstal-

tern, eine attraktive Fachmesse mit einem umfangreichen Rahmenprogramm zu organisieren. Es ist die Kombination von hunderten Branchenpräsentationen und mehr als 1.000 Ausstellern in einem „Non-Stopp-Programm“, die jährlich über 70.000 Besucher zur MeLa ziehen.

Ein Themenschwerpunkt der Messe ist die Präsentation der Ernährungswirtschaft Mecklenburg-Vorpommerns in der Halle 1.

Die Struktur der MeLa bietet den Ausstellern und Aktiven beste Möglichkeiten, um Kontakte zu potentiellen Geschäftspartnern zu knüpfen und neue Kunden zu gewinnen.

Lassen Sie sich faszinieren von der

„MeLa 2014“ vom 11. bis 14. September. Seien Sie dabei, wenn es wieder heißt: „Das Beste im September“.  
Infos: [www.mela-messe.de](http://www.mela-messe.de)



Messe- und Ausstellungszentrum Mühlengiez GmbH

**MAZ Messe- und Ausstellungszentrum Mühlengiez GmbH**  
Leute Wiese 8  
18276 Gülzow-Prüzen/OT Mühlengiez  
Tel.: 038450-3020, Fax: -30220  
maz@maz-messe.de  
www.maz-messe.de

## Verkosten wie ein Profi – neue Schulung bei BIOSERV



v.l.: Heike Fahlandt, Dr. Katharina Hoffmann, Sandra Gol

Sensorik ist das Bewerten und Messen von Produkteigenschaften mit den menschlichen Sinnen und damit Teil der Qualitätssicherung, Produktentwicklung und dem Marketing in der Lebensmittelindustrie.

Die Verkostung Ihrer Produkte soll keine mühsame Veranstaltung gelangweilter Mitarbeiter sein, sondern ein konstruktiver Beitrag.

Von den Verkostern wird Objektivität und Sensibilität verlangt. Um zuverlässige Ergebnisse zu erzielen, bedarf es einer Validierung. Schulungen und Tests sorgen für die professionelle Aufarbeitung dieser zumeist täglich zu bewältigenden Aufgabe.

Informationen aus Verkostungen sind ein wichtiges Instrument in der Lebensmittelbranche – Ist die Mindesthaltbarkeitsfrist des Produktes angemessen? Ist das Produkt farb stabil? Wovon riecht es? Mit dem Wissen können Sie angemessen reagieren und letztendlich dafür sorgen, dass der Verbraucher von Ihren Produkten nicht enttäuscht wird, denn der Kunde hat nur seine Sinne, um Ihr Produkt zu beurteilen.

Neben dem, dass die Kompetenz Ihrer Sensorik-Prüfer genannte Vorteile bietet, werden durch Standards für die Lebensmittelindustrie, wie IFS Food und BRC, Schulungen Ihrer Mitarbei-

**BIOSERV**  
ANALYTIK UND  
MEDIZINPRODUKTE GMBH

ter zur Pflicht. In diesen Standards werden betriebsinterne sensorische Prüfungen und ausgebildetes, qualifiziertes Personal für diese Aufgabe verlangt. Wir helfen Ihnen bei der Umsetzung dieser Anforderungen gern. Als Labor für Lebensmittelanalytik gehört die Sensorik zu unserem täglich Brot. Wir haben erfahrene Sensoriker und ein System zur Schulung und Testung der Leistungsfähigkeit unserer Prüfer entwickelt. Natürlich berücksichtigen wir dabei die einschlägigen Normen.

Diese Tests und Schulungen stellen wir Ihnen als Dienstleistung zur Verfügung. Wir kommen in Ihr Unternehmen, um die an Verkostungen beteiligten Mitarbeiter fortzubilden. So sparen Sie Zeit und Geld, denn die externe Sensorikschulung eines jeden Mitarbeiters des Panels ist in der Regel wesentlich kostspieliger und zumeist überregional. In den Schulungen werden die physiologischen Grundlagen der Sinneswahrnehmung kompakt und praxisorientiert dargestellt.

Zur Statusermittlung Ihrer Prüfer können unterschiedliche Tests herangezogen werden, z.B. Erkennen von Unterschieden in der Farbintensität, Erkennen der Grundgeschmacksarten, Unterschiedsprüfungen, Ermittlung der Erkennungsschwelle, Erkennen von Aromen. Umfang und Inhalte können individuell zusammengestellt werden.



**BIOSERV Analytik und  
Medizinprodukte GmbH**  
Dr.-Lorenz-Weg 1  
18059 Rostock  
Tel.: 0381-405876, Fax: -4058777  
info@bioserv-analytik.de  
www.bioserv-analytik.de

## Der Einzelhandelsverband Nord und seine Mitglieder

Der Einzelhandelsverband Nord (EHV Nord) vertritt Unternehmen in Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein und Hamburg als Arbeitgeber-, Tarif- und Wirtschaftsverband die Interessen des gesamten Einzelhandels, jeder Größe, jeder Branche und an jedem Standort.

### Natürlich genießen – Aus Liebe zu LEBENSmitteln

Der Begriff Bio stammt aus dem Griechischen und bedeutet „Leben“. Bio-Lebensmittel von EDEKA haben alle eines gemeinsam: Wo „Bio“ draufsteht, da sind besonders natürliche Lebensmittel drin! EDEKA bevorzugt regionale Erzeuger, die schonend mit den natürlichen Ressourcen der Erde umgehen und Rücksicht auf ihre Nutztiere nehmen. Nicht nur aus Liebe zu Lebensmitteln, sondern auch aus Liebe zur Umwelt vertreibt EDEKA Bio-Produkte in großer Auswahl.



Unsere EDEKA-Bio-Produkte stammen garantiert aus kontrolliert ökologischer Landwirtschaft und entsprechen der EU-Bio-Verordnung. EDEKA BIO – aus Liebe zum natürlichen Genuss.

 **Einzelhandelsverband Nord e.V.**  
Hamburg · Schleswig-Holstein  
Mecklenburg-Vorpommern

Unsere Eigenmarken-Produkte bieten Ihnen eine Extraklasse in Qualität und Preis. Nur ausgewählte und speziell für EDEKA entwickelte Produkte tragen das EDEKA-Markenlogo. Überzeugen Sie sich selbst!



Mit "BIO UNSERE HEIMAT – echt & gut" kaufen Sie nicht nur gesunde Lebensmittel, sondern unterstützen gleichzeitig die Bauern und die Produktion in Ihrer Heimat.

Das Rostocker Büro des EHV Nord erreichen Sie unter:

**Einzelhandelsverband Nord e.V.**  
**Kröpeliner Str. 92, 18055 Rostock**  
**Tel.: 0381-453332, Fax: -4934895**  
**hro@ehv-nord.de**  
**www.ehv-nord.de**

## Der Norden setzt auf Natur



Mit NATUR PUR präsentiert die EDEKA Nord eine Bio-Fleisch- und Wurstmarke für alle, die sich gern gut und bewusst ernähren.

In Sachen Qualität, Sicherheit und Transparenz bei der Fleischproduktion setzt die EDEKA Nord seit Jahren europaweit Maßstäbe. Mit NATUR

PUR geht das Fleischwerk der EDEKA Nord noch einen Schritt weiter und setzt ausschließlich auf Bio. Die Vorgaben an Qualität und Tierhaltung gehen zum Teil deutlich über die gesetzlichen Richtlinien hinaus.

NATUR PUR heißt: Rinder, Kälber, Schweine, Lämmer und Geflügel erhal-

ten artgerechten Auslauf in Gruppen und bekommen betriebseigenes, ökologisches Futter, das nach den Standards des Bioparks Mecklenburg-Vorpommern angebaut und verarbeitet wird. NATUR PUR – ein gutes Gefühl im Bauch!

 **NATUR PUR**  
Landfrische Gourmetqualität  
**EDEKA Nord | BIO**

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: [www.edeka-naturpur.de](http://www.edeka-naturpur.de).

**Fleischwerk EDEKA Nord GmbH**  
**Am Heisterbusch 24**  
**19246 Lüttow-Valluhn**  
**Tel.: 038851-5580, Fax: -558558**  
**nordfrische-center@edeka.de**  
**www.edeka-gutfleisch.de**

 **NORDfrische Center**

### Hahnsche Gutsmanufaktur: Ein Blick zurück



Wir blicken zufrieden auf ein erfolgreiches und ereignisreiches Jahr zurück. Wir haben unsere Absatzmenge noch einmal erhöhen können, was wir nach

einer Verdreifachung im letzten Jahr nicht erwartet haben. Neue Händler und eine gesteigerte Anzahl an neuen Kunden konnten wir gewinnen. Auch die Presse kam dieses Jahr häufiger zu uns. Das NDR-Fernsehen besuchte uns im Sommer, aber auch das Radio und einige schöne Printmedien begleiteten uns durchs Jahr. Da wir auch neue Mitarbeiter für uns gewinnen konnten, vereinfachen sich unsere Abläufe immer mehr, was notwendig und sehr hilfreich ist.

Jetzt in der kalten Jahreszeit empfehlen wir allen Genießern unser Glühweinrezept: Apfelsaft, häftige Menge roter Traubensaft, Gewürze (Nelken, Zimtstangen, Orangenschalen) mit einem Schuss Alter Pomeranze.

### Wir lieben, was wir tun



Die Brote, Brötchen und Kuchen der Mecklenburger Backstuben GmbH sind nicht nur in Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg in aller Munde, denn das Familienunternehmen von der Müritz gehört auch im Tiefkühlbereich zu den führenden Anbietern und exportiert vor allem in die skandinavischen Länder. Dabei wird die Mecklenburger Backstuben GmbH von ihren Kunden als flexibler Partner geschätzt, denn die Traditionsbäckerei produziert nicht von

der Stange, sondern bietet maßgeschneiderte Konzepte, die sich an den Kundenwünschen orientieren. Das fängt bei einem speziell entwickelten Produkt an und hört bei der individuellen Verpackung längst noch nicht auf. Auf diese Art und Weise ist beispielsweise das krustenlose Brot entstanden, das besonders für Menschen mit Kau- und Schluckbeschwerden geeignet ist und inzwischen in vielen Krankenhäusern und Pflegeheimen geschätzt wird.



HAHNSCHE  
GUTSMANUFAKTUR

POMMERSCHER BITTERLIKÖR

Ansonsten schwören die eingefleischtesten Liebhaber auf einen Schuss Alte Pomeranze in den heißen Tee oder schwarzen Kaffee.

Weitere Informationen zum Produkt, Geschichte oder Rezepten sowie den Onlineshop finden Sie unter [www.alte-pomeranze.de](http://www.alte-pomeranze.de).

**Hahnsche Gutsmanufaktur GbR**  
**Hubertus und Verena Graf und**  
**Gräfin Hahn von Burgsdorff**  
**Dorfstr. 15, 17153 Rottmannshagen**  
**Tel.: 039955-39539, Fax: -399032**  
**[manufaktur@alte-pomeranze.de](mailto:manufaktur@alte-pomeranze.de)**  
**[www.alte-pomeranze.de](http://www.alte-pomeranze.de)**



Auch Bio-Produkte spielen bei den Mecklenburger Backstuben eine große Rolle und das sowohl im Export-Geschäft als auch bei den heimischen Kunden. Hier setzt das Unternehmen, das sowohl Bio- als auch IFS-zertifiziert ist, ebenfalls auf individuelle Entwicklungen.

Gegenwärtig beschäftigt die Gesellschaft mit Sitz in Waren (Müritz) rund 600 Mitarbeiter und beliefert neben den eigenen Geschäften zudem den Lebensmitteleinzelhandel, Großhändler, Kliniken und Seniorenheime.

**Mecklenburger Backstuben GmbH**  
**Am Alten Bahndamm 15**  
**17192 Waren/Müritz**  
**Tel: 03991-7380, Fax: -738130**  
**[info@meckback.de](mailto:info@meckback.de)**  
**[www.meckback.de](http://www.meckback.de)**

## Globus Rostock und AMV präsentierten regionale Spezialitäten aus MV



Agrarmarketing  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.



v.r.: Minister Dr. Till Backhaus, Erhard Büniger, Jarste Weuffen und Frank Meißler eröffnen die MV-Woche

Am 16. September 2013 eröffnete Landwirtschaftsminister Dr. Till Backhaus die gemeinsame Mecklenburg-Vorpommern-Woche von Globus Roggentin und Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern (AMV). Von Montag bis Sonnabend präsentierten 16 Unternehmen des Landes im Globus Frischezentrum in Rostock-Roggentin ihre Produkte den Kunden im Markt. In der gesamten Woche fanden Verkostungen im Markt statt.

Regionale Lebensmittel stehen bei den Verbrauchern hoch im Kurs. Der Handel hat den Trend seit langem aufgegriffen und das Thema Regionalität zunehmend in den Märkten platziert.

„Während der gemeinsamen MV-Woche von Globus Roggentin und AMV gab es wieder ein attraktives Sortiment an regionalen Produkten“, schätzte AMV-Geschäftsführerin Jarste Weuffen ein, „eine regionale Woche im eigenen Bundesland steigert die Abverkaufszahlen zu den normalen Wochen um das drei- bis fünffache.“ Für das Unternehmen Die Rostocker Wurst- und Schinkenspezialitäten GmbH bedeutete die Woche eine Steigerungsrate gegenüber „normalen“ Wochen um 40 %. Großen Erfolg erzielte auch die Mosterei Satow, die erstmals bei Globus Roggentin an einer solchen Woche teilnahm und mit den Produkten neu im Markt ist.

Die Produktpalette reichte von Molke- reiprodukten über Fleisch- und Wurst- waren, Trockenprodukten bis zu Ge- tränken und Süßwaren – vom Rostocker Mahn & Ohlerich Pils über Ros- tocker Wurst- und Schinkenspeziali- täten und Schweriner Burggarten bis zu Produkten der Mecklenburger Kar- toffelveredlung aus Hagenow, Käse aus Wismar, Bier aus der Störtebeker Braumanufaktur, Nordgut Schmelzkäse aus Blievenstorf, Produkten der Grei- fen-Fleisch GmbH und Tutower Gemü- sekonserven.



Landesmarketing und Tourismusver- band unterstützten den AMV mit einem attraktiven Strandkorb und Ur- laubsprospekten. Deckenhänger im Markt verbanden Essen und Trinken mit Urlaub in MV. Das XXL-Buch des AMV mit Geschichten um regionale Produkte wurde von den Kunden mit großem Interesse begutachtet.



# Erfolgreiche Präsentation der Ernährungswirtschaft des Landes auf der Anuga in Köln



MV-Gemeinschaftsstand auf der Anuga Fine Food

Die Allgemeine Nahrungs- und Genussmittel-Ausstellung (Anuga), weltweit größte Fachmesse für die Ernährungswirtschaft, fand vom 5. bis 9. Oktober 2013 in Köln statt und bot mehr als 150.000 internationalen Facheinkäufern den repräsentativsten Überblick über den aktuellen Lebensmittelmarkt.

Aus Mecklenburg-Vorpommern präsentierten sich in diesem Jahr 19 Unternehmen als Aussteller. Die Ausstellergemeinschaft aus unserem Bundesland koordinierte und betreute der Verein Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V. (AMV) im Auftrag des Landwirtschaftsministeriums.

Mecklenburg-Vorpommern war in diesem Jahr mit zwei Gemeinschaftsständen vertreten – auf der Anuga Fine Food in Halle 10.2 und auf der Anuga Meat in Halle 9.1.

„Wir freuen uns, dass wir unseren Landesauftritt auf 240qm erweitern konnten“, sagte AMV-Geschäftsführerin Jarste Weuffen. „Vor allem freuen wir uns aber darüber, dass ausnahmslos alle Aussteller auf den beiden Gemeinschaftsständen zufrieden bis sehr zufrieden mit der Messeteilnahme waren.“

Mecklenburg-Vorpommern zeigte sich auf den Gemeinschaftsständen norddeutsch maritim. Besonders auffällig ist die Nutzung von Licht für Präsentationsflächen der Aussteller. Die MV-Lounge „Genieße Mecklenburg-Vorpommern.“ in Halle 10.2 setzte den Strandkorb gut in Szene. Ein Kochstudio mit unserem bewährten Rostocker Partner w.Holz GmbH und das Lübzer Pils rundeten das Bild hervorragend ab. Fachbesucher hatten die Möglich-

keit, die Produkte der Aussteller zu testen, eine bessere Werbung als über den Geschmack ist kaum möglich! Seit vielen Jahren mit dabei auf dem Gemeinschaftsstand waren die Schwaaener Fischwaren GmbH, die TrendFood GmbH aus Strasburg und die Mecklenburger Kartoffelveredlung GmbH aus Hagenow. Nach einer Pausierung war auch das Möwe Teigwarenwerk aus Waren wieder mit dabei. „Der Pommeraner“ aus Loitz und die Klaus GmbH & Co. KG aus Laage schlossen sich erstmals dem Gemeinschaftsauftritt an.

Alle zwei Jahre trifft sich die Fachwelt der Ernährungsbranche mit ihren Partnern in Köln auf der Anuga. Mit dabei sind u.a. auch Vertreter der Zuliefererindustrie, aus dem Gastgewerbe, der Hotellerie, Spezialisten für Ausstattungen, Handel, Dienstleistungen und EDV-Projekte, also rundum all diejenigen, die an der weiteren Entwicklung der Ernährungsbranche beteiligt sind.

Das internationale Interesse war auch in diesem Jahr riesengroß, insgesamt stellten weit über 6.500 Unternehmen aus aller Welt in Köln aus. Mit über 1.000 Ausstellern war Deutschland nach wie vor am stärksten vertreten.



Get together mit finnischen Ausstellern

## Barometer Ernährungswirtschaft



Agrarmarketing  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.



Jarste Weuffen

An der aktuellen Branchenumfrage vom Oktober/November 2013 »Barometer Ernährungswirtschaft« beteiligten sich insgesamt 44 Unternehmen (7 Unternehmen mehr als im 1. Halbjahr), davon 34 AMV-Mitglieder und 10 Nichtmitglieder. Insgesamt schrieb der AMV 133 Unternehmen an. Gegenüber der Herbstumfrage 2012 mit einem Rücklauf von 28% wurde eine Steigerung auf 33% im Rücklauf erzielt. Damit kann die Umfrage als repräsentativ angesehen werden.

Insgesamt ist einzuschätzen, dass die Stimmung in der hiesigen Ernährungsindustrie zuversichtlich ist: 73% schätzen die Auftragslage als sehr gut bzw. gut ein. Über die Hälfte der Betriebe spricht von guten Geschäften. Der Umsatz ist bei 52% der Unternehmen gestiegen, während der Ertrag nur bei 34% der Unternehmen gewachsen ist. Allerdings verzeichnen auch 11% einen sinkenden Umsatz.

Der Blick auf die Ertragslage zeigt, dass erfreulicherweise nur noch 14% der Unternehmen gesunkene Erträge anzeigen. Im Frühjahr 2013 waren dies immerhin noch 19%. Im Vergleich ist die Schere zwischen Ertrag und Umsatz zwar etwas kleiner geworden, dennoch ist davon auszugehen, dass sich steigende Rohstoff- und Energiepreise in vielen Betrieben kostenmäßig weiter verstärkt bemerkbar machen werden

und gerade für kleinere Unternehmen von existenzieller Bedeutung werden. Die Nahrungsmittelwirtschaft des Landes zeigt weiterhin Investitionsbereitschaft, denn drei Viertel sprechen nach wie vor von gestiegenen bzw. konstanten Investitionsangaben.

Bei den Angaben zum Personalbestand vermelden 50% konstante Beschäftigtenzahlen, 30% haben im laufenden Jahr Personal eingestellt.

Im Exportgeschäft ist zum Jahresende wenig Bewegung erkennbar: Den 41% der Unternehmen, die im ersten Halbjahr 2013 von einer gestiegenen Exportquote berichtet haben, stehen nur noch 20% im 2. Halbjahr gegenüber. 55% berichten über konstante Exporte.

Durchwachsen zeigt sich die Bilanz zur Auslastung der Produktionskapazitäten: Zwar machen sich auch saisonale Aspekte (z. B. Ernte oder Tourismus) bei der Auslastung bemerkbar, dennoch lasten nur 61% ihre Kapazitäten zwischen 80 und 100% aus; 9 Betriebe (nur 2 Betriebe im 1. HJ 2013) geben allerdings eine hundertprozentige Auslastung an.

Kaum Abweichungen zu vorherigen Umfragen ergeben die Daten zu Produktionshemmnissen. Die Energie- und Rohstoffproblematik dominieren bei der Nennung. Zudem erschweren der Preisdruck des Handels, der Fachkräftemangel, wirtschaftliche und gesetzliche Rahmenbedingungen, Steuer- und Sozialabgaben sowie Betriebs- und Personalkosten die Bedingungen.

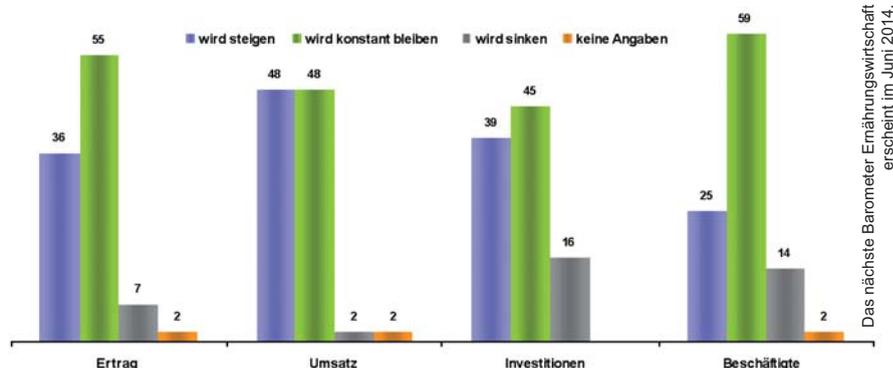
Ein verhältnismäßig schwaches Zeugnis wird der Zusammenarbeit mit den Universitäten und Hochschulen des Landes ausgestellt: Nur gut die Hälfte spricht von einer sehr guten bzw. guten Zusammenarbeit, 16% haben dazu gar keine Aussage getroffen. Hier gilt es, Potenziale in der Zusammenarbeit zwischen Forschung und Produktion weiter auszuloten und gemeinsame Projekt- und Forschungsideen umzusetzen.

Bei der Bestimmung der AMV-Tätigkeitsfelder sehen 59% die Lobbyarbeit im Vordergrund, jeweils 48% Messebeteiligungen und Netzwerkarbeit, gefolgt von Verkaufsförderung mit 41%. Die Organisation von Seminaren und Branchentagen, eine umfangreiche PR-Arbeit und Unterstützung beim Export folgen auf den Rängen.

### Erwartungen erstes Halbjahr 2014

Der Ausblick auf das 1. Halbjahr 2014 ist verhalten positiv: Knapp die Hälfte erwartet steigende Umsätze, immerhin erwarten auch 36% steigende Erträge. In fast 40% der Unternehmen soll im

kommenden Jahr investiert werden. Verringerungen des Personalbestands sind in 16% der Unternehmen vorgesehen, etwa 1/4 aller Befragten wird im 1. Halbjahr 2014 aber auch zusätzliches Personal einstellen.



Das nächste Barometer Ernährungswirtschaft erscheint im Juni 2014.

## Jahresmitgliederversammlung zog positive Bilanz



Zur alljährlichen Jahresmitgliederversammlung des Vereins Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern (AMV) trafen sich am 19. November 2013 ca. 70 Vertreter der Ernährungswirtschaft sowie der Fördermitglieder und Kooperationspartner im Radisson Blu Hotel in Rostock. Die Vereinsbilanz fiel positiv aus.

Vereinsvorsitzender Günther Neumann dankte allen Mitgliedern für das entgegengebrachte Vertrauen. Er zog eine positive Bilanz zum Jahresende 2013. „Der AMV hat in allen wichtigen Gremien des Landes aktiv mitgearbeitet und strebt eine engere Vernetzung mit der Wissenschaft, der Gesundheitswirtschaft und dem Tourismus im Land an“, so Neumann. Von der Arbeit in der Perspektivkommission Land- und Ernährungswirtschaft erhofft er sich konkrete Effekte für die Arbeit des Vereins. Als Netzwerk der Branche bündelt der AMV derzeit 107 Partner.

Neumann berichtete über die erfolgreiche Organisation und Betreuung der Ausstellergemeinschaften der Ernährungsbranche im Auftrag des Landes auf Fachmessen wie der BioFach, der Anuga, der PLMA in Amsterdam sowie der Nordic Organic Food Fair in Malmö. Den Unternehmen werde hier sehr viel eigene Arbeit abgenommen.

Er unterstrich die Bedeutung des AMV für die Lobbyarbeit im Land. Das Thema Export muss stärker in der Landespolitik verankert werden, hier liegen Chancen für die Branche. Ein Anteil am Umsatz im verarbeitenden Gewerbe in MV von ca. 39% steht in keinerlei Relation zu einer Exportquote von unter 15%. Ein erster Schritt ist mit dem Ex-

portprojekt Finnland/Russland getan, wird aber bei weitem nicht ausreichen, um richtigen Schwung in das Exportgeschehen zu bringen. Die Branche braucht eine Exportstrategie 2025.

Im Rahmen der Jahresplanung für 2014 informierte AMV-Geschäftsführerin Jarste Weuffen über eine in St. Petersburg geplante MV-Woche mit einem Handelshaus mit 6 Märkten. Darüber hinaus ist eine Markterkundungsreise nach Finnland geplant, die an die 2012 gestarteten Kontakte anknüpfen soll.

Ein gutes Stück Arbeit ist im Bereich der besseren regionalen Auslobung der im Land hergestellten, verarbeiteten bzw. angebauten Produkte zu leisten. Der AMV möchte – und da greift er den Wunsch des Handels auf – deutlicher in den Supermärkten zeigen, welche Produkte durch die tägliche Arbeit der Menschen in MV hergestellt werden. Dabei geht es nicht um eine regionale Rohstoffabsicherung in den Produkten, sondern um eine größere



AMV-Vorstand: Günther Neumann, Manfred Remus, Walter Kienast, Frank Röntgen, Hubert Getzin, Frank Kremer, Jürgen Krug, Tobias Blömer, Torsten Laatsch (v.r.n.l.)

## Jahresmitgliederversammlung zog positive Bilanz Fortsetzung von Seite 18

Transparenz dazu, was Menschen hierzulande herstellen und welche Produkte kurze Transportwege aufweisen.

Positives Beispiel für die Absatzförderung des AMV ist die erstmals im Oktober 2013 durchgeführte Aktion mit dem Studentenwerk Rostock.

Weuffen informierte darüber, dass von den insgesamt in einer Woche angebotenen ca. 32.500 Essen etwa 12.300 Essen mit regionalen Zutaten verkauft wurden. „Für uns ist das ein Beweis dafür, dass wir die Studenten mit solchen Aktionen begeistern können. Immerhin waren damit 38% aller Es-

sen in den Mensen aus regionalen Hauptzutaten.“ Eine erneute Aktion ist für Juli 2014 geplant. Besonders erfreulich ist die Tatsache, dass über diese Aktion drei AMV-Mitglieder als regionale Lieferanten beim Studentenwerk aufgenommen worden sind und somit ein Stück Nachhaltigkeit erzielt worden ist.

Offensiv bewerben wird der AMV ab sofort den „Genusskurs“, ein Catering mit regionalen Produkten der AMV-Mitglieder. Hier werden Werbung und Absatz miteinander verknüpft. Gemeinsam mit Netzwerkpartnern kann



Agrarmarketing  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.

das Catering in hoher Qualität geleistet werden.

Das „VitalMenü in der Schulverpflegung“ wird Anfang 2014 evaluiert. Danach soll es mit Unterstützung der AOK Nordost – Die Gesundheitskasse fortgeführt werden. Neue Rezepte und ein Online-Auftritt sind geplant. Die bisherigen Projektpartner werden weiterhin einbezogen.

Zum Jahresende lief die dreijährige Netzwerkförderung beim AMV aus. Der AMV wird in 2014 seine Arbeit mit insgesamt 4 Mitarbeitern in der Geschäftsstelle fortsetzen.

## Markterkundung Finnland 2014 17.03. – 20.03.2014

Im Oktober 2012 wurden im Rahmen der Wirtschaftsdelegationsreise unter Leitung des Ministerpräsidenten Erwin Sellering und in persönlicher Begleitung der Ernährungsfachgruppe durch Landwirtschaftsminister Dr. Till Backhaus erste Kontakte zum finnischen Markt hergestellt.

Der AMV plant nunmehr eine Markterkundungsreise Finnland mit Besuch der Messe Gastro in Helsinki, der wichtigsten Lebensmittelmesse in Finnland, im März 2014 und den Besuch der fin-

nischen Grenze in Lappeenranta (die russische Mittelschicht aus dem Großraum St. Petersburg mit ca. 7,5 Mio. Einwohnern ist ein bedeutender Kauffaktor in dieser Region, vgl. Einwohnerzahl Finnland: 5,4 Mio.).

Weiterhin vorgesehen sind Gespräche mit Vertretern der wichtigsten Handelsunternehmen. Dafür wird auf finnischer Seite erwartet, dass aussagefähige gemeinschaftliche Unterlagen zu den Unternehmen und Produkten sowie ausreichend Warenmuster vorge-



Agrarmarketing  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.

stellt werden. Die Bündelung erfolgt über den AMV.

Ziele der Reise sind der Ausbau und die Vertiefung bereits geknüpfter Kontakte; die Erkundung der Rahmenbedingungen für Exporte; eine Marktübersicht insbesondere zu Essgewohnheiten, geschmacklichen Präferenzen, Preisniveau und Vorlieben für importierte Lebensmittel.

Weitere Informationen unter Telefon 0381-2523871.

## Vorankündigung Branchentag 2014

Zum nunmehr vierten Mal führen Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V. und die Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH den Branchentag Ernährungswirtschaft gemeinsam durch.

Der Branchentag hat sich zu einer der beliebtesten und wichtigsten Veranstaltungen in Norddeutschland entwickelt und bildet eine wichtige Kommunikationsplattform für die Branche mit

Vertretern von Handel, Politik, Kammern und Verbänden. Neben Fachvorträgen gibt es genügend Zeit für bilaterale Gespräche, die am Abend in ungezwungener Atmosphäre bei regionalen kulinarischen Genüssen fortgesetzt werden können.

Unser nächster Branchentag Ernährungswirtschaft findet am **Mittwoch, 23. April 2014** statt.



Agrarmarketing  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.

**INVEST**  
IN MECKLENBURG-VORPOMMERN

## Termine 2014

17.01. – 26.01.2014

Internationale Grüne Woche  
in Berlin (IGW)

05. – 07.02.2014

Internationale Fachmesse  
Fruit Logistica

07.02.2014

Erscheinungstermin Länderreport  
MV in der Lebensmittel Zeitung

12. – 15.02.2014

Gemeinschaftsstand MV  
auf der internationalen Fachmesse  
BioFach in Nürnberg

17. – 20.03.2014

Markterkundung Finnland

23.04.2014

Branchentag Ernährungswirtschaft –  
Gemeinsame Veranstaltung von  
AMV und Invest in MV GmbH

KW 22/2014

MV-Woche mit Globus Roggentin

20./21.05.2014

Gemeinschaftsstand MV auf der  
internationalen Fachmesse PLMA in  
Amsterdam, weltgrößte Messe der  
Handelsmarken

21./22.05.2014

Nationale Branchenkonferenz  
Gesundheitswirtschaft in der  
Yachthafenresidenz Hohe Düne

1. Julihälfte 2014

MV-Woche mit Studentenwerk  
Rostock

21. – 23.09.2014

Gemeinschaftsstand MV auf den  
Intermessen in Düsseldorf



## Das besondere Präsent. Probieren Sie Deutschlands schönen Norden!

Mit einem Hanseland-Arrangement in einer rustikalen Holzkiste oder in einem edel gestalteten Tragekoffer überraschen Sie Ihre Kunden, Verwandten und Freunde mit Produkten aus Mecklenburg-Vorpommern. Hanseland ist ein liebevoll von Hand gefertigtes Präsent des AMV mit einer einzigartigen Angebotsvielfalt. Und weil Geschmäcker verschieden sind, wird bei den Angeboten zwischen der „Windsbraut“ und dem „Seemann“ unterschieden. Dazu gesellen sich verschiedene Tragekoffer und eine jährlich variierende weihnachtliche Sonderedition.

Bestellung auf [www.hanseland.de](http://www.hanseland.de)  
oder per Fax an +49 381 2523872



Eine Initiative des



Agrarmarketing  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.